**Regulamentul tehnic al  
Departamentului Internet**

**- Aprobat la data de 18.09.2024 -**

[Capitolul 1. Indicatori](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Capitolul%201.%20INDICATORI)  
         [1.1. Cantitativi](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#1.1.%20CANTITATIVI)  
         [1.2. Calitativi](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#1.2.%20Calitativi)  
        [1.3. Referrer](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#1.3.%20Referrer)  
         [1.4. Sistem](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#1.4.%20Sistem)  
         [1.5. Geolocație](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#1.5.%20Geolocatie)  
[Capitolul 2. Dicționar de termeni](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Capitolul%202.%20Dictionar%20termeni)  
[Capitolul 3. Principii generale pentru măsurarea traficului](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Capitolul%203.%20Principii%20generale%20pentru%20masurarea%20traficului)  
[Capitolul 4. Procesul de măsurare](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Capitolul%204.%20Procesul%20de%20masurare)  
         [4.1. Includerea unui site în studiul BRAT de măsurare a siteurilor](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#4.1.%20Includerea%20unui%20site%20in%20studiul%20BRAT%20de%20masurare%20a%20siteurilor)  
         [4.2. Descrierea sistemului de măsurare a siteurilor](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#4.2.%20Descrierea%20sistemului%20de%20masurare%20a%20siteurilor)  
         [4.3. Descrierea sistemului de măsurare a materialelor audio/video](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#4.3%20Descrierea%20sistemului%20de%20masurarea%20a%20materialelor%20audio/video)   
         [4.4. Includerea unei aplicații de mobil în studiul BRAT de măsurare](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#4.4.%20Includerea%20unei%20aplicatii%20de%20mobil%20in%20studiul%20BRAT%20de%20masurare)   
         [4.5. Descrierea sistemui de măsurare a aplicațiilor de mobil](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#4.5.%20Descrierea%20sistemului%20de%20masurare%20a%20aplicatiilor%20de%20mobil)  
[Capitolul 5. Evaluarea preliminară, pași obligatorii](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Capitolul%205.%20Evaluarea%20preliminara,%20pasi%20obligatorii)  
[Capitolul 6. Indicatori, mod de calcul](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#6.%20Indicatori,%20mod%20de%20calcul)  
[Capitolul 7. Certificate lunare de trafic](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Capitolul%207.%20Certificate%20lunare%20de%20trafic)  
[Capitolul 8. Definirea și publicarea unităților de planificare](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Capitolul%208.%20Definirea%20si%20publicarea%20unitatilor%20de%20planificare)  
[Capitolul 9. V](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Capitolul%209.%20Validarea%20si%20publicarea%20rezultatelor%20SATI%20pe)[alidarea și publicarea rezultatelor sati pe](http://www.brat.ro/administrative/cms/edit/id_node/140#Capitolul%209.%20Validarea%20si%20publicarea%20rezultatelor%20SATI%20pe) [www.sati.ro](http://www.sati.ro/)  
[Capitolul 10.](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Capitolul%2010.%20Publicarea%20rezultatelor%20masurarii%20continutului%20audio/video%20pe%20www.brat.ro%20si%20www.sati.ro)[Publicarea rezultatelor masurarii continutului audio/video pe www.brat.ro si www.sati.ro](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Publicarea%20rezultatelor%20masurarii%20continutului%20audio/video%20pe%20www.brat.ro%20si%20www.sati.ro)  
[Capitolul 11. Monitorizarea investițiilor în publicitatea online (mipo)](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#Capitolul%2010.%20Monitorizarea%20Investitiilor%20in%20Publicitatea%20Online%20(MIPO))  
         [11.1. Indicatori](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#10.1.%20Indicatori)  
         [11.2. Dicționar de termeni](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#10.2.%20Dictionar%20termeni)  
         [11.3. Procesul de măsurare](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#10.3.%20Procesul%20de%20masurare)  
         [11.4. Declararea campaniilor](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#10.4.%20Declararea%20campaniilor)  
         [11.5. Implementarea tagului](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#10.5.%20Implementarea%20tagului)  
         [11.6. Reguli de declarare campanii noi și de implementare a tagului de măsurare a unei campanii online](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#10.6.%20Reguli%20de%20declarare%20campanii%20noi%20si%20de%20implementare%20a%20tagului%20de%20masurare%20a%20unei%20campanii%20online)  
         [11.7. Verificarea implementării](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#10.7.%20Verificarea%20implementarii)  
         [11.8. Raportarea campaniilor on-line](https://www.brat.ro/sati/regulament/regulament-tehnic-di#10.8.%20Raportarea%20rezultatelor%20campaniilor%20online)

**Capitolul 1. Indicatori**  
  
**1.1. Cantitativi**

**Afișare (Page Impression)** – pagină a unui site afișată la solicitarea unui vizitator (un fișier sau o combinație de fișiere trimise la un vizitator ca răspuns la *cererea* acestuia)

**Vizită (Visit)** – o serie de una sau mai multe afișări ca rezultat al cererii unui vizitator. O vizită se termină în momentul în care perioada între 2 afișări consecutive este mai mare de 30 de minute (conform standardelor IFABC).  
   
**Calculator client unic (Unique user/Unique Client)** – o combinație unică a adresei IP și a altor identificatori. În funcție de metodologia aleasă, în afară adresei IP se mai pot lua în considerare și User Agent (tipul browserului și sistemul de operare), Registration ID, Cookies etc.  
   
**Vizitator unic cu o singură vizită** – un vizitator unic care efectuează o singură vizită fără a reveni  
   
**Vizitator unic cu mai multe vizite în unitatea de timp** – un vizitator unic care revine pe site pe unitatea de timp (o zi de obicei)

**1.2. Calitativi**

**Durata medie a vizitei** – media duratelor vizitelor  
  
**Frecvența medie afișări/vizită** – nr de afișări mediu al unei vizite  
  
**Pagini de intrare***–*un top al paginilor prin care se intră în site  
  
**Pagini de ieșire***–*un top al paginilor prin care se iese din site  
  
**Rata de abandon a unei pagini** – numărul total de vizite care se încheie pe pagina în cauză din totalul de afișări al paginii, exprimat în procente  
  
**Timp petrecut pe o pagină***–*timpul masurat în secunde petrecut de vizitator pe pagină  
  
**Timp petrecut pe întreg site-ul***-*timpul măsurat în secunde petrecut de vizitator pe site

**1.3. Referrer**

**Referring domains** – domeniul de unde s-a ajuns in site (dacă e cazul)  
  
**Search Engine Referrals***–*motorul de cautare de pe care s-a ajuns în site (dacă e cazul)  
  
**Search Engine Keywords** – cuvintele cheie după care s-a făcut căutarea pe un motor de căutare, în urma căutării vizitatorul accedând în site (dacă e cazul)

**1.4. Sistem**

**Tip browser** – ce fel de browser (si ce versiune) folosește vizitatorul  
  
**Sistem de operare** – ce fel de sistem de operare rulează calculatorul vizitatorului  
  
**Cookie Support** – browserul vizitatorului suportă sau nu cookies

**1.5. Geolocație**

**Țară/oraș de origine** – țara/orașul corespunzătoare clasei de IPuri din care face parte IPul vizitatorului

**Capitolul 2. Dicționar termeni**

**Adresă IP** – număr binar în 32 de cifre (conform IPv4) sau 128 de cifre hexa (conform IPv6), folosit de layerul inferior (IP) al protocolului TCP/IP pentru a identifica sursa/destinația pachetelor din rețea. Este formatat în grupuri de câte 3 cifre, despărțite de caracterul . (punct) între ele (conform IPv4) sau în grupuri de 4 caractere hexa, despărțite de  caracterul : (două puncte).   
   
**Alias** – numele de domeniu sau URL care pointează spre un website unic.  
   
**Browser** – numele de domeniu sau URL care pointează spre un website unic.  
   
**Cache** – mecanism prin care se păstrează în diferite tipuri de memorii informații/resurse accesate recent și sunt livrate de acolo până când « îmbătrânesc » și sunt reînnoite.  
   
**Chat** – sistem de comunicare prin mesaje text (sau chiar voce) în timp real.  
   
**Cobranding** – conținut furnizat unui « difuzor » de către un editor de conținut. În general conținutul conbranded corespunde unei secțiuni a website-ului « difuzorului »  
   
**Conținutul paginii web** – informațiile (toate fișierele) care apar pe ecran ca urmare a cererii paginii web.  
   
**Cookie** – fișier text de mici dimensiuni pe care îl scrie un browser pe calculatorul client. Este singura posibilitate ca un browser să scrie pe harddiskul calculatorului client. Acest fișier poate și criptat sau nu.  
   
**Frame** – secțiune separată a unei pagini web, tratată de browser independent față de restul frame-urilor afișate  
   
**Grup de siteuri** – un număr de siteuri aparținând aceluiași membru DI BRAT sau pentru care există acordul editorului fiecărui site în parte de a forma un grup. Numele unui grup de siteuri va fi ales de către compania membru DI BRAT care îl definește, dar nu poate fi același cu numele de domeniu al oricăruia din siteurile care îl compun.  
   
**Homepage (sau index page)** **al unui site** – – pagina care este afișată implicit dacă este introdus în browser numele de domeniu al site-ului web.  
   
**HTTP** – hyper text transfer protocol – protocol care rulează deasupra protocolului TCP/IP și permite transmiterea/recepția fișierelor HTML.  
   
**Instant messaging** – posibilitatea de vedea dacă cineva din lista de amici este online și de a comunica prin mesaje text sau voce în timp real.  
   
**Link** – text sau imagine, care în momentul în care se face left-click pe el, schimbă conținutul afișat în browser.  
    
**Nume domeniu** – numele unic care identifică un website.

Top level domain: Ex: .ro, .com, .org etc  
Second level domain: Ex.: organizatie.ro  
Third level domain: Ex.: www.organizatie.ro, mail.organizatie.ro

**Pagină web** – Un document HTML specific afișat ca urmare a unui click al utilizatorului pe un hyperlink sau ca urmare a cererii URL-ului corespunzator în browser, ori acțiunea de scroll folosită pentru navigare.  
   
**Popup** – mică fereastră deschisă deasupra fereastrei principale, deschisă independent sau nu de voința utilizatorului.  
   
**Popunder** - mică fereastră deschisă sub fereastra principală, deschisă independent sau nu de voința utilizatorului.  
   
**Redirect** – pagină web care trimite vizitatorul automat către un alt URL.  
   
**Referrer** – URL-ul complet (fully-qualified) al paginii de pe care, printr-un hyperlink, vizitatorul a venit pe URL-ul curent.  
   
**Request** – acțiune realizată de un utilizator (prin intermediul browserului web sau al altei aplicații client) prin care cere o anumită resursă a unui server.  
   
**Secțiune a unui website** – – un subansamblu coerent al unui website, un ansamblu logic al unui website accesibil printr-un URL structurat.  
   
**Spam** –  un subansamblu coerent al unui website, un ansamblu logic al unui website accesibil printr-un URL structurat.  
   
**Spider (Bot)** – un program care vizitează automat site-uri web și le citește total sau parțial paginile în scopul de a le indexa. Aceste programe sunt folosite în special de site-urile de căutare. Cunoscute și ca robot, crawler etc. Traficul generat de aceste programe este exclus din măsurarea traficului site-ului.  
   
**Server** – calculator (sau aplicație software) care stochează, procesează și trimite diferite tipuri de informații la cererea unui client (alt calculator sau aplicație software)  
   
**Server proxy** – un server prin intermediul căruia vizitatorii pot avea acces la pagini web. Dacă paginile au mai fost cerute de alți vizitatori, ele vor fi livrate din cache.  
   
**TCP/IP** – Transmission Control Protocol / Internet Protocol, protocolul folosit comunicarea pe Internet, în rețele locale, intranet/extranet etc. Are 2 layere, cel superior TCP realizează asamblarea/dezasamblarea mesajelor/fișierelor în pachete și transmiterea lor, cel inferior IP se ocupă cu interpretarea părții de adresă a fiecărui pachet în așa fel încât să ajungă la destinație.  
   
**Tehnologie Push** – tehnologie care permite trimiterea de pagini web unui user care accesează un site sau este subscris la un site.  
  
**Unitate de planificare** – o secțiune sau un grup de secțiuni ale unui site, așa cum reies din implementarea tagului de măsurare, pe care se pot programa campanii de publicitate independent de restul site-ului, având un ratecard diferit de cel al restului siteului.  
   
**URL** – unified resource locator, adresa care localizează resursele pe Internet, exprimată ca IP sau nume domeniu (de exemplu http://www.brat.ro/index.php?page=home)  
   
**Site web (website)**- produs media online, care se editează pe suport electronic, ansamblu de pagini vizualizabile în browser, având un conținut distinct și uniform, identificat printr-un nume unic, definit prin primul și al doilea nivel al numelui de domeniu. Un site web poate avea unul sau mai multe aliasuri ale numelui, utilizate exclusiv în scopuri tehnice și care nu identifică un alt site web.  
  
**Aplicație de mobil (mobile app)**– produs media sub forma unei aplicații software concepută special pentru a rula pe un dispozitiv mobil și care oferă un serviciu distinct, identificat printr-un nume unic.  
   
**Proprietate online** – produs media care este compus dintr-un site web și/sau aplicație de mobil ce sunt identificate cu același nume, care devine numele proprietății online. Siteul și aplicația au un conținut similar sau oferă servicii în legătură cu același conținut, conexe sau complementare.

**Material audio** – material media, decodificat in format audio.

**Material video** – material media, decodificat in format vizual.

**Play**– actiune de incepere/re-pornire a unui material audio/video.

**Pause**– actiune de oprire a redarii unui material audio/video ce presupune posibilitatea de a relua redarea  materialului audio/video din momentul anterior actiunii de oprire.

**Materiale audio/video „continuu” sau „cu durata nedeterminata”** – proprietate a unui material audio/video de a nu avea o durata de timp predefinita si care sa fie cunoscuta utilizatorului la momentul inceperii redarii acestuia (de ex: materialele transmise in direct sau retransmisii ale unei emisii TV in mediul online, etc).

**Material audio/video „cu durata determinata”**– proprietate a unui material audio/video de a avea o durata de timp prestabilita, care poate fi cunoscuta de utilizator de la inceputul redarii acestuia.

**Auto-play** – modalitate tehnica de incepere a redarii unui material audio/video fara ca aceasta sa fie solicitata de utilizator, redarea pornind in mod automat la diverse actiuni din pagina (de exemplu atunci cand utilizatorul acceseaza pagina in care se regaseste materialul  audio/video)

**Play la cerere** – modalitate tehnica de incepere a redarii unui material audio/video care necesita o solicitare a redarii din partea utilizatorului, prin actiunea butonului „play/reda” din cadrul playerului.

**Player audio/video** – program software care reda materiale audio/video si care are incorporate cel putin actiunile de „play” si „pause”.

**Capitolul 3. Principii generale pentru măsurarea traficului**  
  
Sistemul de măsurare va exclude următoarele tipuri de trafic:

1. **traficul intern** (traficul generat ca urmare a activităților de dezvoltare, mentenanță, testare a aplicației web, realizate în numele deținătorului siteului)
2. **traficul generat de spideri sau roboti** (traficul generat de aplicații - non umane) sau traficul generat prin actiuni sistematice ale unor utilizatori reali care actioneaza intr-un mod coordonat/organizat.
3. **traficul generat prin pagini care au opțiunea de auto refresh activata** (tagul META AUTOREFRESH ori alte mecanisme de refresh automat)
4. **traficul generat prin popup-uri sau frame-uri nesolicitate de utilizatorul siteului**
5. **traficul generat fara respectarea actiunilor userilor in navigarea pe site-uri**, prin functionarea defectuoasa sau prin lipsa functionarii actiunilor userilor la navigarea pe site, indiferent de tipul de navigare in site (fie prin butoane directe in site, fie prin navigare cu ajutorul butoanelor sau actiunilor specifice in browser).

Traficul descris la punctele anterioare va fi considerat **trafic invalid** in cadrul sistemului SATI. In situatia in care este inregistrat trafic invalid in cadrul sistemului SATI, acesta va fi exclus din toate raportarile rezultatelor SATI, in masura in care aceasta este tehnic posibil.

**Capitolul 4. Procesul de măsurare**  
  
**4.1. Includerea unui site în studiul BRAT de măsurare a siteurilor**  
  
**4.1.1.** BRAT acceptă includerea în studiu a oricărui site, indiferent de specific, cu condiția respectării întocmai a regulamentelor BRAT.  
  
**4.1.2.**Pentru ca un site să fie inclus în studiu, trebuie să îndeplinească simultan următoarele condiții:

1. Să dovedească proprietatea asupra domeniului sau că are drept de folosință asupra lui
2. Să respecte prevederile regulamentelor BRAT
3. Să includă tagul de măsurare SATI în toate paginile de conținut, în condițiile regulamentelor BRAT
4. Sa implementeze tagul de masurare prin respectarea prevederilor legale aplicabile si cu respectarea tuturor reglementarilor prevazute in ROF DI si Reg Tehnic, precum si mentinerea continua a corectitudinii implementarii
5. La aderare să ofere un trafic estimativ lunar, exprimat în număr de afișări/lună, calculat ca media ultimelor 6 luni (sau pentru perioada de când este lansat).
6. În situația în care accesul pe site se face prin subscrieri (taxă, cu nume utilizator/parolă), să ofere BRAT un cont gratuit de acces.

**4.1.3.**Compania care a inclus un site în studiu trebuie să anunțe BRAT la fiecare modificare semnificativă a structurii site-ului, atunci când au loc modificări semnificative în organizarea secțiunilor, în situația când s-a realizat un redesign al site-ului, când au fost adăugate module suplimentare și în general la orice modificări de natura a schimba implementarea tagului de măsurare. BRAT nu își asuma nici o responsabilitate pentru eventualele pierderi cauzate de modificările de mai sus care nu au fost anunțate.

**4.1.4**. Editorul are dreptul de a solicita BRAT verificarea corectitudinii implementarii tagului in cadrul siteului si o opinie cu privire la corectitudinea implementarii tagului conform ROF DI si Reg Tehnic DI, iar BRAT are obligatia sa ofere aceasta opinie in termen de 3 zile lucratoare. Opinia formulata de BRAT nu scuteste editorul de respectarea prevederilor legale sau regulamentare si nu tine loc de garantie a respectarii acestora, nici pentru situatii curente, nici viitoare.

**4.1.5.** BRAT are dreptul de a efectua verificari asupra corectitudinii implementarii tagului de masurare conform prevederilor ROF si Reg Tehnic si de a transmite avertismente editorilor in situatia in care constata neconfirmitati. In urma avertismentului primit din partea BRAT, editorul va avea obligatia sa corecteze implementarea, in conditiile specificate in Capitolului VI, din ROF DI.

**4.2. Descrierea sistemului de măsurare a siteurilor**  
**Descriere Generală.** Ca urmare a implementării unui cod JavaScript (tag) în paginile de conținut ale siteului măsurat, activitatea utilizatorilor siteului va fi urmărită de către sistemul de măsurare.  
Fiecare dispozitiv de măsurare (pixelbox) va colecta informații despre traficul fiecărui site în timp real, va filtra aceste informații și le va trimite periodic unui server central (collector). Aceste date vor fi agregate și stocate pe un server numit Collector Database.  
**Pixelbox.** Server de măsurare care primește și stochează informații despre cererile de pagini ale siteurilor și răspunde trimițând fișiere imagine de 1x1 pixeli.  
**Collector.**Server care primește și monitorizează informațiile despre trafic venite de la Pixelboxes și validează, agreghează și stochează aceste date în bazele de date.

**4.3 Descrierea sistemului de măsurare a materialelor audio/video**

**Descriere generală.** Ca urmare a implementarii unui cod Java Script (tag) în player-ul audio/video ce se află în paginile site-ului măsurat, activitatea utilizatorului în raport cu player-ul audio/video va fi măsurată și raportată de către sistemul de măsurare.

**4.4 Includerea unei aplicații de mobil în studiul BRAT de măsurare**

**4.4.1** BRAT acceptă includerea în studiu a oricărei aplicații de mobil, indiferent de specific, în condițiile respectării prevederilor regulamentelor BRAT.

**4.4.2** Pentru ca o aplicație de mobil să fie inclusă în studiu, trebuie să îndeplinească simultan următoarele condiții:

* Să respecte prevederile regulamentelor BRAT;
* Să includă SDK-ul de măsurare SATI în toate paginile de conținut, în condițiile regulamentelor BRAT;
* Să implementeze SDK-ul de măsurare prin respectarea prevederilor legale aplicabile și cu respectarea tuturor reglementărilor prevăzute în ROF DI și RT DI, precum și menținerea continua a corectitudinii implementării;
* La aderare să ofere un trafic estimativ lunar, exprimat în număr de afișări/lună, calculat ca media ultimelor 6 luni (sau pentru perioada de când este lansată);
* În situația în care accesul în aplicația de mobil se face prin subscripție (taxa, cu nume de utilizator/parolă, ect), să ofere BRAT un cont gratuit de acces.

**4.4.3** Compania care a inclus o aplicație de mobil în studiu trebuie să anunțe BRAT la fiecare modificare semnificativă a structurii aplicației de mobil, atunci când au loc modificări semnificative în organizarea secțiunilor, în situația în care s-a realizat un redesign al aplicației de mobil, când au fost adaugate module suplimentare și în general la orice modificări de natură a schimba implementarea SDK-ului de măsurare. BRAT nu își asumă nici o responsabilitate pentru eventualele pierderi cauzate de modificările de mai sus care nu au fost anunțate.

**4.4.4** Editorul are dreptul de a solicita BRAT verificarea corectitudinii implementării SDK-ului de măsurare în cadrul aplicației de mobil și o opinie cu privire la corectitudinea implementării SDK-ului de măsurare conform ROF DI și RT DI, iar BRAT are obligația să ofere această opinie în termen de 3 zile lucrătoare. Opinia formulată de BRAT nu reprezintă o exonerare a editorului de obligația respectării prevederilor legale sau regulamentare și nu ține loc de garanție a respectării acestora, nici pentru situatii curente, nici viitoare.

**4.4.5** BRAT are dreptul de a efectua verificări asupra corectitudinii implementării SDK-ului de măsurare conform prevederilor ROF și RT și de a transmite avertismente editorilor în situația în care constată neconformități. În urma avertismentului primit din partea BRAT, editorul va avea obligația să corecteze implementarea, în condițiile specificate în Capitolul6, din ROF DI. În cazul în care editorul contestă opinia BRAT, acesta poate solicita un punct de vedere Comisiei Tehnice a DI.

**4.5 Descrierea sistemului de măsurare a aplicațiilor de mobil**

**Descriere generală.** Ca urmare a implementării unui SDK de măsurare în aplicația de mobil, activitatea utilizatorilor aplicației va fi urmărită de către sistemul de măsurare. Versiunile de SDK trebuie actualizate periodic, pe măsură ce acestea sunt disponibile, conform ROF DI.

Fiecare dispozitiv de măsurare va colecta informații despre traficul fiecărei aplicații de mobil în timp real, va filtra aceste informații și le va trimite periodic către un server central. Aceste date vor fi agregate și stocate pe un server numit Collector Database (server care primește și monitorizează informațiile despre trafic venite de la dispozitive de măsurare și validează, agreghează și stochează aceste date în baza de date).

**Capitolul 5. Evaluarea preliminară, pași obligatorii**  
  
Pentru începerea măsurării unui site, trebuie implementate următoarele proceduri:  
  
**5.1.**Editorul siteului va permite BRAT să analizeze statisticile legate de performanțele siteului pentru ultima lună punând la dispoziția BRAT statisticile realizate de diferitele unelte de măsurare folosite de site sau acordând BRAT acces la fișierele de log ale serverelelor web pentru ultima lună sau prin orice alt mijloc adecvat.  
  
**5.2**. Editorul va trimite BRAT harta siteului (site map) și modul cum a fost implementat tagul de măsurare.  
  
**5.3.** Editorul va insera în paginile siteului tagul de măsurare în conformitate cu regulile BRAT.  
  
**5.4.** Editorul va transmite BRAT toate domeniile siteului (URL complet)  
  
**5.5.** Editorul va furniza BRAT toate adresele IP folosite în rețeaua să (pentru dezvoltare, testare și orice alte activități legate de site).  
  
**5.6.** În perioada preliminară de evaluare, va implementa tagul de măsurare în concordanță cu normele tehnice BRAT, evidențiind separat următoarele tipuri de pagini:

* chat, forum
* conținut RSS
* pagini redirectate

Inserarea corectă și conformă cu normele tehnice BRAT a tagului pentru paginile de content este responsabilitatea exclusivă a editorului sau a regiei după caz.

**Capitolul 6. Indicatori, mod de calcul**  
  
**6.1.** Instalarea corectă a tagului de măsurare va permite determinarea următorilor indicatori cantitativi de trafic ai unui site web:

* număr total de afișări, vizite și clienți unici
* număr mediu zilnic de afișări, vizite și clienți unici
* număr total de afișări, vizite și clienți unici, pentru fiecare zi a lunii
* număr total de afișări și vizite, pentru fiecare zi a săptămânii
* număr total de afișări și vizite, pentru orice interval
* cele mai vizitate pagini/secțiuni (top pages/sections)
* durata medie a unei afișări
* durata medie a unei vizite
* număr mediu de afișări per vizită
* distribuția geografica a vizitatorilor

**6.2.** Pentru măsurarea celor mai vizitate pagini/secțiuni, obligatorie va fi raportarea homepage/restul paginilor.  
   
**6.3.**Durata medie a unei afișări va fi calculată, pentru fiecare perioadă, prin împărțirea duratei totale a afișărilor la numărul de afișări.  
   
**6.4.**Durata medie a unei vizite va fi calculată prin împărțirea duratei totale a vizitelor la numărul de vizite.  
   
**6.5.**Numărul mediu de afișări per vizită va fi calculat, pentru fiecare perioadă,  prin împărțirea numărului total de afișări la numărul total de vizite.  
   
**6.6.**Distribuția geografica a vizitatorilor va fi oferită pe baza adreselor IP ale vizitatorilor și va fi diferențiată minimal pe trafic local (vizitatori din Romania) și trafic extern (vizitatori din afară României).  
   
**6.7.**Dacă din motive independente de voința BRAT, sistemul nu funcționează pentru o perioadă de timp, traficul pentru perioada care nu a fost măsurată va fi estimat cu traficul realizat într-o perioadă de timp ce va fi decisa de Comisia Tehnică.  
   
**6.8.**Traficul raportat al unui site nu va conține următoarele tipuri de trafic:

* trafic generat de la adresele IP folosite în rețeaua editorului
* trafic generat de ISP în activitățile de monitorizare/mentenanță
* trafic generat de roboti/spideri sau generat automat sau non-uman.

**6.9.** Rezultatele studiului vor evidenția separat următoarele categorii de trafic:

a) trafic realizat în homepage  
b) trafic realizat în paginile de articol

Pentru a identifica aceste categorii de trafic, tagul de măsurare va conține următoarele cuvinte-cheie:

cXenseParse:pageclass = „**frontpage**” – pt pagini din categoria a)  
cXenseParse:pageclass = „**article**” – pt pagini din categoria b)

**6.10.** Măsurarea traficului realizat în aplicații Flash de tip “e-paper” va respecta condiții similare cu cele pentru măsurarea traficului realizat în aplicații Flash de tip “image-viewer”, mai exact:

* tagul SATI este implementat în aplicația Flash de tip “e-paper”, fiind executat la click pe butoanele de navigare. Acesta va evidenția separat traficul, folosind labelul “epaper”
* conținutul publicitar este reîncărcat complet la fiecare click pe butoanele de navigare
* directorul de proiect al SATI validează implementarea de către editor a tagului SATI în aplicații de tip “e-paper”.
* Editorul se obligă ca la fiecare modificare a implementării aplicației e-paper să obțină de la directorul de proiect SATI o nouă validare

**6.11.** Pentru a fi măsurate, toate paginile de conținut trebuie să aibă implementat tagul de măsurare. Regulile de inserare corecta a acestui tag sunt:

    a) Este permis un singur tag de măsurare într-o pagină, indiferent de forma elementelor din pagină  
    b) În paginile realizate cu frame-uri, tagul de măsurare trebuie plasat doar în frame-ul de conținut principal.  
    c) Nu este permisă includerea tagului de măsurare în fișierele care sunt descărcate în același timp cu pagina (fișiere flash, streaming media etc). Excepție fac acele fișiere Flash care reprezintă elementul de conținut principal din pagina respectivă și în pagină nu mai este implementat tagul de măsurare. Bannerele trebuie reîncărcate odată cu elementul de conținut principal.  
    d) Nu este permisă inserarea tagului de măsurare în nici unul din următoarele fișiere:  
    - pagini deschise automat sau reîncărcate automat  
    - pagini redirectate   
    - fișiere CSS sau Javascript, în general fișiere externe executate în browserul client, cu excepţia celor flash în conformitate cu aliniatul c)  
e) Nu este permisă implementarea/executarea tagului de măsurarea decât în prima pagină a unei aplicații de tip slide-show automat. Dacă dpdv tehnic o astfel de implementare nu este posibilă, atunci nu este permisă deloc implementarea/executarea tagului de măsurarea în paginile afișate automat ale aplicațiilor de tip slide-show.  
f) Nu este permisă implementarea tagului SATI în containere de tip IFRAME.  
g) În tagul de măsurare SATI transmis unui editor de către BRAT nu este permisă inserarea de linii de cod suplimentare sau modificarea liniilor de cod existente. Singura excepție o constituie situația în care în script se mai adaugă linii de cod pentru a-l face valid XHTML (cu instrucțiuni de genul CDATA). Utilizarea scriptului modificat va fi posibila doar după validarea BRAT.

**6.12.** Orice pagina afișată vizitatorului fără a fi solicitată nu va fi măsurată.

**6.13** Implementarea tag-ului de masurare a materialelor audio/video va permite determinarea urmatorilor indicatori cantitativi:

- numarul de actiuni de incepere/re-pornire a unui continut audio/video (play)

- numarul de actiuni de oprire a unui continut audio/video (pause)

**6.14** Pentru a masura urmarirea materialelor audio/video, toate playerele care deruleaza materiale audio/video vor avea implementat tagul de masurare specific. Regulile de inserare corecta a acestui tag, sunt cumulativ, cele de mai jos:

a) Este permis un singur tag de masurare intr-o player

b) Nu este permisa includerea tagului de masurare specific in altfel de coduri/module, cu exceptia playerelor dedicate.

c) Nu este permisa inserarea codului de masurare in nici unul din urmatoarele fisiere:

   - pagini deschise automat sau reincarcate automat

   - pagini redirectate

   - fisiere CSS sau Javascript, in gerenal fisiere externe executate in browserul client

d) In tagul de masurare specific transmis unui editor de catre BRAT nu este permisa inserarea de linii de cod suplimentare sau modificarea liniilor de cod existente. Singura exceptie o constituie situatia in care in script se adauga linii de cod pentru a adauga parametrii suplimentari celor din codul trimis de catre BRAT. Utilizarea scriptului modificat va fi posibila doar dupa validarea BRAT.

**6.15** Orice actiune nesolicitata de catre vizitator, nu va fi masurata de tagul de masurare specific, cu exceptia redarii cu „auto play” care va fi identificata in mod separat in cadrul rezultatelor raportate.

**Capitolul 7. Certificate lunare de trafic**  
   
**7.1.** Traficul lunar al fiecărui site va fi evidențiat într-un Certificat de trafic, care va fi publicat pe siteul SATI, și va cuprinde principalele 3 metrici principale ale traficului siteului, agregate lunar. Certificatul va cuprinde sigla siteului, o descriere a conținutului siteului, nr de afișări, vizite și clienți unici, agregat la nivelul lunii în cauză. Certificatul va cuprinde de asemenea și distribuția zilnică a metricilor de mai sus.

**Capitolul 8. Definirea și publicarea unităților de planificare**  
   
**8.1. Reguli de definire:**

* secțiunea sau secțiunile grupate care definesc unitatea de planificare trebuie să fi fost implementate de o manieră **stabilă/consistentă** de-a lungul celor 6 luni de măsurare.
* o unitate de planificare trebuie să fie definită pe o secțiune (sau mai multe) care să aibă cel puțin (însumate) **10.000 UCs/lună**.
* o unitate de planificare trebuie să fie definită **pe o singură secțiune, cu excepția siteurilor cu mai multe domenii**.
* în funcție de traficul sau, un site poate declara următorul număr de unități de planificare :
* pt mai puțin de **100.000 UCs/luna** – max **3** unități de planificare
* între **100.000 și 500.000 UCs/lună**– max **7** unități de planificare
* peste **500.000 UCs/lună** – max**10** unități de planificare

**8.2. Reguli de publicare a unităților de planificare:**

* secțiunea sau secțiunile grupate care definesc unitatea de planificare trebuie să fi fost implementate de o manieră stabilă/consistentă de-a lungul celor **6 luni de măsurare**.
* unitatea de planificare a acumulat un număr de **50 de chestionare completate**
* unitatea de planificare nu este definită ca fiind tot siteul
* dacă există o singură unitate de planificare definită într-un site, audiența să trebuie să difere cu minim **20 %** față de audiența întregului site.

**Capitolul 9. Validarea și publicarea rezultatelor SATI pe**[**www.sati.ro**](http://www.sati.ro/)  
  
 **9.1.** Publicarea pe [www.sati.ro](http://www.sati.ro/) a rezultatelor zilnice/săptămânale/lunare ale siteurilor din SATI se va face respectând următoarea procedură:  
   
1.      Pe [www.sati.ro](http://www.sati.ro/) vor fi publicate de o manieră automată rezultatele de trafic extrase din baza de date a Scores.  
  
**La ora 13.00 (aproximativ),** BRAT va publica pe [www.sati.ro](http://www.sati.ro/) rezultatele de trafic validate pentru perioada de timp devenită disponibilă în conformitate cu următoarele condiții:

* nu au fost sesizate probleme în colectarea datelor de trafic
* nu au fost sesizate probleme în agregarea datelor de trafic
* nu au fost sesizate probleme de conectivitate
* nu au fost sesizate probleme în implementarea tagului siteului respectiv
* nu au fost sesizate alte probleme care ar putea cauza erori de raportare a rezultatelor SATI

BRAT va valida și va publica orice indicator care nu a fost afectat într-o proporție mai mare de +/- 3%.  
   
2.      În masura în care este posibilă din punct de vedere tehnic o recuperare statistică a rezultatelor, rezultatele recalculate vor fi publicate pe [www.sati.ro](http://www.sati.ro/) imediat ce sunt disponibile.  
   
**9.2.** Pe siteul oficial al SATI, [www.sati.ro](http://www.sati.ro/), vor fi publicate semestrial rezultatele de audiență ale fiecărui site participant care îndeplinește condițiile metodologice. Indicatorul care va fi publicat este Număr de vizitatori în medie pe săptămână (VpS).

**Capitolul 10. Publicarea rezultatelor masurarii continutului audio/video pe**[**www.brat.ro**](http://www.brat.ro/)**si**[**www.sati.ro**](http://www.sati.ro/)

**10.1** Publicarea pe [www.brat.ro](http://www.brat.ro/) si [www.sati.ro](http://www.sati.ro/) a rezultatelor masurarii continutului audio/video la nivel zilnic, saptamanal si lunar pentru site-urilor din SATI se va face astfel:

1. Se vor publica in mod automat rezultatele masurarii continutului audio/video folosind rapoarte pre-setate.

2. In masura in care este posibila din punct de vedere tehnic o recuperare statistica a rezultatelor, rezultatele recalculate vor fi publicate pe [www.brat.ro](http://www.brat.ro/) si [www.sati.ro](http://www.sati.ro/) imediat ce sunt disponibile.

**Capitolul 11. Monitorizarea Investițiilor în Publicitatea Online (MIPO)**  
   
**11.1. Indicatori**  
   
**Număr de afișări (Ad Impressions)** – numărul de afișări realizate în browserele vizitatorilor unei rețele de siteuri, ale unuia sau mai multor bannere care compun o campanie.  
   
**11.2. Dicționar termeni**  
  
**Ad-server –**este o aplicație software de tip server, specializată în livrarea de campanii publicitare pe o rețea de siteuri.  
   
**Banner publicitar –**este un mesaj cu conținut publicitar, livrat vizitatorului unui site, în unul din formatele: text, grafic, audio, video, animație.  
   
**Campanie online –**este o suită de bannere publicitare, cu un mesaj similar, livrată pe unul sau mai multe siteuri.  
   
**Operator ad-server –**este o companie posesoare a unei licențe ad-server, capabilă să livreze campanii publicitare pe o rețea de siteuri (regie de publicitate – în cazul în care bannerele sunt livrate și pe siteuri care nu aparțin companiei, sau editor – în cazul în care bannerele sunt livrate doar pe siteuri aparținând companiei).  
  
**Tag de monitorizare a unei campanii –**este un script JavaScript, livrat în browserul vizitatorului odată cu bannerul, la executarea căruia un flux de informații este trimis către serverele de monitorizare.  
   
**11.3. Procesul de măsurare**  
  
Din punct de vedere tehnic, monitorizarea campaniilor online constă în măsurarea fiecărei afișări a unui banner în browserul vizitatorului unui site. Acest lucru se realizează prin livrarea de către ad-server în pagina siteului gazdă a unui tag de măsurare, odata cu bannerul campaniei. Tagul de măsurare este un script JS, la executarea căruia este trimis un set de date către serverele front-end ale sistemului de măsurare. Serverele front-end agreghează un număr de fluxuri primite de la browserele vizitatorilor și le trimite mai departe serverelor back-end, unde vor fi prelucrate și din care vor fi extrase metricile. Acestea vor fi apoi raportate prin intermediul unei aplicații dedicate.  
   
**11.4. Declararea campaniilor**  
  
Sistemul de măsurare are un modul dedicat declararii campaniilor noi. O campanie poate fi masurata doar după declararea sa în sistemul de măsurare. Acesta îi va aloca un identificator unic (tag de monitorizare). La declararea unei noi campanii vor fi furnizate sistemului de măsurare toate informațiile relevante: nume campanie, categorie industrie, categorie client, nume client, nume brand, format banner etc.  
  
**11.4.1.** Cine are obligația să declare o campanie nouă. Cum se declară

* Agenția de publicitate, prin intermediul BRAT, pentru campaniile comandate în numele clienților

 Accesarea aplicației de declarare campanii și declararea propriu zisă vor fi făcute de către echipa BRAT responsabilă, care va primi informațiile corespunzătoare fiecărei campanii de la agenția de publicitate. Agenția de publicitate, la momentul în care comanda o campanie către unul sau mai multi furnizori, va furniza BRAT toate detaliile campaniei: categorie campanie, sector activitate, grup produse, produs, categorie client, client, brand, model și submodel.  Agenția va transmite BRAT și bannerele care compun campania și de asemenea lista furnizorilor (operatorilor ad-server) prin intermediul cărora va fi livrată campania.  
Echipa BRAT va realiza declararea propriu-zisă a campaniei în aplicația specializată a sistemului de monitorizare și va permite accesul  agentiei sau furnizorilor/operatorilor ad-server (regie/rețea) stabilite de agenția de publicitate, la tagurile de monitorizare corespunzătoare bannerelor campaniei, prin intermediul aplicației specializate de declarare campanii.  
Operatorul ad-server va programa campania și va implementa în ad-server tagul de măsurare, pentru fiecare banner separat.

* **Operatorul de ad-server (regie de publicitate sau editor, care dețin o licență ad-server), pentru campaniile comandate de clienți direcți sau pentru campaniile de tip barter, free și parteneriat media.**

Operatorul ad-server (regie de publicitate sau editor care deține licența ad-server) va declara campania în sistemul de măsurare, va obține identificatorul unic al campaniei și, la programarea campaniei pe ad-server, va implementa tagul de măsurare care va conține identificatorul unic al campaniei. Operatorul de ad-server declara o campanie nouă numai dacă este o campanie comandată de un client direct. Pentru campaniile comandate de o agenție (în numele clienților săi), declararea campaniei este făcută numai de agenție, operatorul de ad-server primind de la agenție tagul de monitorizare.  
   
Editorul este obligat să se asigure că pe tot parcursul contractului SATI există un Acord de realizare al MIPO cu fiecare dintre operatorii de Adserver care livează campanii de publicitate pe cel puțin unul dintre siteurile sale. În cazul în care BRAT nu a semnat un astfel de acord cu un operator de Adserver cu care editorul colaborează, Editorul are obligația să încheie un astfel de acord cu respectivul operator.  
   
Forma Acordului pe care urmează să îl semneze un Operator de Adserver este unică, și reprezintă anexa la prezentul regulament.  
   
BRAT va face publică și menține actualizată lista operatorilor de adserver cu care există un acord în vigoare.  
   
**11.5. Implementarea tagului**  
   
**11.5.1.** **Cine are obligația să implementeze tagul de măsurare a unei campanii**  
  
Implementarea tagului de măsurare a unei campanii este responsabilitatea exclusivă a operatorului ad-server (**regie de publicitate** sau **editor** care operează ad-serverul).   
   
**11.5.2.** **Cum se implementează tagul de măsurare a unei campanii**  
  
Tagul de măsurate va fi livrat în pagina gazdă odată cu fișierul SWF (sau de tip imagine: GIF, JPG etc) în care se află bannerul propriu-zis. În funcție de tipul de ad-server folosit, modalitatea practică de implementare poate să difere: unele ad-servere vor declara campanii de tip HTML sau vor insera apelul în câmpul dedicat (X1), altele (DoubleClick, BBMedia etc) vor adăuga codul JS al tagului în controlul de tip text-area în care este previzualizat codul HTML livrat odată cu bannerul.  
   
**11.5.3.** **Implementarea tagului MIPO în cazul campaniilor comandate de agenții de publicitate și derulate pe adservere care nu au semnat acord de monitorizare**  
  
Pentru campaniile declarate de agențiile de publicitate și livrate prin intermediul unor operatori Adserver care nu au semnat acord de monitorizare, tagul MIPO va fi implementat în adserverul agenției.  
   
**11.6. Reguli de declarare campanii noi și de implementare a tagului de măsurare a unei campanii online**

a. Sistemul va monitoriza orice campanie care se derulează prin intermediul unei agenții de publicitate participante la studiu sau pe unul dintre siteurile participante la studiu.  
b. Campaniile de publicitate de tip cross-promotion între siteuri sau self-promotion nu vor fi monitorizate.  
c. Agenția de publicitate participantă la monitorizarea campaniilor, prin intermediul BRAT, are obligația să declare o campanie nouă și să transmită către furnizori tagul de monitorizare, indiferent dacă siteurile pe care rulează campania participă sau nu la monitorizare.  
d. Operatorul ad-server (regie sau editor) verifică dacă a primit odată cu campania și tagul corespunzător, dacă nu a primit tagul are obligația de a-l crea și a-l implementa.  
e. Pentru fiecare banner, operatorul ad-server va implementa un singur tag, care va conține identificatorul unic generat de sistemul de măsurare pentru bannerul în cauză.  
f. tagul de măsurare trebuie implementat de către operatorul ad-server (regie sau editor) în fiecare campanie pe care o programează în ad-server, indiferent de tipul campaniei (standard, free, barter sau parteneriat media) Exceptie fac campaniile de tip cross-promotion între siteuri și self-promotion, care nu vor fi monitorizate.  
g. În cazul campaniilor programate “cod-în-cod”, agențiile de publicitate nu au dreptul să implementeze tagul de monitorizare în ad-serverul third-party pe care îl folosesc, ci, prin intermediul BRAT, vor trimite către furnizori (operatori ad-server) tagul alocat campaniei.  
h. În situația în care, din diferite motive, o agenție sau un operator ad-server se află în imposibilitatea de a declara campanii noi, aceștia trebuie să informeze BRAT în cel mai scurt timp. Dacă un operator ad-server este în imposibilitatea de a implementa tagul de monitorizare în ad-server, acesta trebuie să informeze BRAT în cel mai scurt timp.

**11.7. Verificarea implementării**  
   
**11.7.1.** Cine verifică?  
  
Editorul fiecărui site pe care rulează o campanie, prin intermediul operatorului ad-server cu care colaborează, trebuie să verifice ca odata cu bannerul pe site este livrat și tagul corespunzator de monitorizare. Dacă tagul nu este livrat, editorul are obligația să ceară operatorului ad-server cu care lucrează să declare și să implementeze tagul.  
   
Suplimentar BRAT va verifica implementarea tagului de monitorizare pe un esantion reprezentând 5% din bannerele declarate și implementate.  
   
**11.7.2.** Ce se verifică?

* că fiecare campanie care rulează pe un site din studiu are tag implementat
* că fiecare campanie are implementat tagul care conține identificatorul corect (alocat la momentul declarării)
* că nicio campanie nu are implementate 2 sau mai multe taguri

**11.7.3. Penalizări în cazul unei implementări neconforme a tagului de măsurare**

În situatia unei implementari neconforme a tagului de măsurare, în funcție de gravitatea neconformității, penalizările aplicate celui responsabil cu implementarea pot fi:  
  
a.      dacă tagul nu a fost implementat într-o campanie, pentru mai mult de 4 zile, sau tagul nu a fost implementat în 2 campanii pentru mai mult de 2 zile, operatorul ad-server (dacă acesta este participant la studiu, dacă nu - editorul siteului pe care este livrată campania) nu va mai avea acces la rezultatele studiului pentru o perioadă de o lună  
b.      dacă tagul implementat într-o campanie are identificatorul gresit (al altei campanii) sau dacă sunt implementate 2 sau mai multe taguri pentru o campanie, rezultatele pentru segmentul de campanie corespunzator operatorului ad-server care a implementat campania nu vor mai fi publicate  
.

**11.7.4. Penalizări în cazul nedeclarării campaniilor la BRAT**  
  
Pentru companiile ce depășesc media lunară a campaniilor nedeclarate la BRAT per companie, penalizarea aplicată companiei responsabile cu declararea acesteia va fi de a nu mai avea acces la rezultatele studiului pentru o lună. În cazul campaniilor ce nu au fost declarate nici de către agenție și nici de către editor (în cazul în care agenția este membru BRAT), sancțiunea va fi aplicată agenției ce nu a declarant Campania.

**11.8. Raportarea rezultatelor campaniilor online**  
   
Rezultatele campaniilor online vor fi raportate folosind 2 aplicații online, una proprie BRAT – folosită pentru raportarea rezultatelor campaniilor all-media, și o a doua, Scores, folosită numai pentru raportarea rezultatelor de monitorizare ale campaniilor online.  
   
Fiecare companie membru DI BRAT va avea un login propriu, prin intermediul căruia va putea accesa rezultatele tuturor campaniilor din sistem.  
Regiile de publicitate și agențiile de publicitate vor avea acces în timp real la rezultatele campaniilor proprii (declarate de membrul DI în cauză), încă de la începerea lor.  
Ceilalți membri DI BRAT pot accesa rezultatele unei campanii doar după o perioadă de minim o săptămână de la demararea acesteia. Publicarea rezultatelor va avea loc o singură dată pe săptămână.  
   
**Indicatori raportați:**

* Numărul de afișări înregistrate de o campanie
* Suma investită într-o campanie (valoare ratecard)

Indicatorii de mai sus vor fi raportați agregat pe diverse perioade de timp standard (oră/zi/săptămână/lună), după următorii parametri:

* nume campanie
* categorie industrie
* categorie client
* nume client
* nume brand
* format banner
* site